El nuevo Manifiesto de la web 2.0

innOva

hosteltur

El nuevo Manifiesto de la Web 2.0

Herramientas para la Sociedad de la Conversación

EL MANIFIESTO CLUETRAIN

Toni Martín-Avila
Jaime Lòpez-Chicheri

índice

HTML	Vieja gallina hace caldo cosa fina	**4**
Wikipedia	El saber no ocupa lugar	**5**
Creative Commons	Obra bien terminada a su autor alaba	**6**
AdobePDF	Un buen libro es un tesoro, cada hoja un pan de oro	**7**
Facebook	Hablando se entiende la gente	**8**
Twitter	A buen entendedor pocas palabras bastan	**9**
Linkedin-XING	No sólo hay que ser bueno, sino demostrarlo	**10**
Wordpress-Blogspot:	Cortesía y bien hablar cien puertas nos abrirán	**11**
Ning	Cuando hay fruta en la puerta hay amigos en la huerta	**12**
Slideshare	A medico, confesor y letrado hablarle claro	**13**
Howsociable?	En la forma de coger la sartén se conoce al cocinero	**14**
Google Analytics	Dime con quién andas y te diré quién eres…	**15**
Joomla	A caballo regalado no le mires el dentado	**16**
Friendfeed	La prosperidad hace amistades, la adversidad las prueba	**17**
Tuenti	Los borrachos y los niños siempre dicen la verdad	**18**
Delicious	Jarabe de pico a muchos ha hecho ricos	**19**

intro

Antes de ClueTrain, antes de cualquier ordenador, de Internet, antes de que las personas se pudieran comunicar por sistemas de información, existía otra cultura, la de **La sociedad de la información y la transmisión**, donde en una inteligencia colectiva transmitida de padres a hijos, de trovadores a aldeanos, de maestros a alumnos iba creciendo el saber popular. En libros, en tradiciones, en fábulas, en experiencias. La tradición en la cultura española se puede estudiar en la música, en la literatura y también en los refranes. Cortos y sencillos, para aprender aplicar. Como la propia Internet.

Los autores de este ebook hemos querido trasladar las oportunidades profesionales que Internet nos está trayendo para desarrollar este nuevo marketing que ha entrado casi sin llamar a la puerta. Muchos temas son nuevos, el propio entorno evoluciona constantemente y por ello conocer las propias reglas del juego es importante para sacar el mayor partido. Hemos querido presentar estas herramientas bajo el paraguas de un refrán y de algunas puntos del siempre recomendado Clue Train. Centrando las herramientas sobre este tag de la **Sociedad de la Conversación**.

Esperamos disfrutéis con esta lectura y que os sirva para vuestro proyecto empresarial y desarrollo profesional. Es éste nuestro objetivo. Compartirlo con vosotros.

los autores

Toni Martin-Avila

Es Ingeniero de Telecomunicación y diplomado en Ciencias Empresariales. Consultor y formador en Calidad IT y Marketing Tecnológico en sus empresas IT360.es y TheNIE.es.

"En esta nueva economía la manera para desarrollarte profesionalmente y hacer progresar tu negocio es aunar de manera creativa Marketing,Tecnologia, Información y Capital Humano, siempre bajo una perspectiva empresarial y rentable. Investiga, fórmate y pon en práctica soluciones por ti mismo y con tu equipo de trabajo. Aplica la cultura de innovación en tu entorno."

www.IT360.es www.TheNIE.es
toni.martin@IT360.es
Twitter.com/tonimartinavila
www.linkedin.es/in/tonimartinavila

Jaime López-Chicheri

Es diplomado en Administración y dirección hotelera (CSHG), Máster en Revenue Management (eCornell) y en Marketing Online (Universidad de Deusto) en la actualidad, co-fundador de **Marketing Surfers** la plataforma **BUZZturistic**, tutor especialista de Revenue Management y e-Commerce en el programa de dirección y gestión hotelera de la universidad **Alfonso X el Sabio** y en el Máster de Revenue Management de **Florida Universitaria** y **blogger turístico**.

Comunidad Hosteltur
jaimechicheri@marketingsurfers.com
www.linkedin.com/in/jaimechicheri
twitter.com/jaimechicheri
es-la.facebook.com/jaime.lopezchicheri

<html>

Vieja gallina hace caldo cosa fina ...

La www, desarrollada inicialmente en HTML, es el epicentro del marketing en la Red. Cuida y haz progresar tu página web

EL MANIFIESTO CLUETRAIN

Los hiper-enlaces socavan a las jerarquías. **(7)**

Al usar un lenguaje que resulta distante, poco atractivo, arrogante, levantan muros que las distancian de sus mercados. **(27)**

La primera página web nació sobre 19993, cuatro años después de haber nacido en un laboratorio de física nuclear el HTML. Este lenguaje (del inglés HyperText Markup Language, lenguaje de marcas de hipertexto) es la manera más simple que se utiliza para crear páginas Web. Desde 1993 millones de sitios web han revolucionado el mundo de la comunicación, primero en la llamada Sociedad de la Información, hasta la de la hoy, la *Sociedad de la Conversación*.

Con la aparición de la web 2.0 quizás hayamos abandonado un poco el corazón de nuestro marketing en Internet, nuestra propia web construida sobre el lenguaje HTML. Es hora de centrar los esfuerzos también en nuestro dominio, en la web, y también en el email marketing construido también con HTML.

Si comienzas en Internet quizás es bueno que dejes un buen camino a tu propia creación, o la de tu proveedor Todas las normas escritas acerca de lo que tienes que hacer para tener un buena web quedan obsoletas cada vez que llega alguien haciendo las cosas mejor y con sus propias ideas de cómo se debe hacer esto. En alguna ocasión verás recomendaciones como estas, pero una vez más, decide tú qué es lo mejor para tu sitio. Ese proceso es educativo e interesante.

Saca partido a tu HTML:

- Desarrolla tu página web con el estándar W3C.
- El diseño web importa y mucho. Es el packaging de tu marketing on-line
- La usabilidad y la arquitectura de la información, la creatividad de tu HTML.
- El HTML va intrínsecamente relacionado con el SEO: los tags para posicionarte mejor.
- CSS, separa plantillas con diseño a la capa de aplicación y lógica.
- Integra tu blog, tus videos y fotos de otros recursos de la Red.
- Busca un proveedor de confianza y hazle llegar el máximo de información posible. Tu negocio lo controlas tú, el lo *dibujará* y *programará*, pero tú llevas la voz cantante.

El saber no ocupa lugar...

La Enciclopedia Británica, Encarta y otras publicaciones que utilizábamos para resolver nuestras dudas han pasado a un segundo plano. El presente y futuro de la información es Wikipedia.

EL MANIFIESTO CLUETRAIN

Las conversaciones en red hacen posible el surgimiento de nuevas y poderosas formas de organización social y de intercambio de conocimientos. **(9)**
Hoy en día, el organigrama está hiperenlazado, no jerarquizado. El respeto al conocimiento práctico resulta más importante que la autoridad abstracta. **(50)**

Los buscadores (Google el primero) se han dado cuenta de que el usuario de internet busca la información más precisa y actualizada de la red. Es por ello que éstos premian aquellas páginas que más actualizaciones y consultas tienen en la red.

Como consecuencia de esto es lógico que cada vez sea más habitual que cuando un usuario busca un criterio determinado, si este es relevante aparezca indexado en Wikipedia y dicha indexación aparezca en la primera posición.

Nos encontramos en la era de la información, hoy día tenemos a un par de clicks cualquier información que queramos encontrar y como empresa es importante ayudar a nuestro público a encontrarte en la web.

Saca partido a Wikipedia:

- Como usuario utiliza esta red como fuente de información
- Como empresa trata de buscar información relevante para tu modelo de negocio y participar en la creación de contenidos referente a el. Si además tu marca tiene un nombre reconocido y los usuarios hablan de ti quizás puedas indexarla en esta red.
- Es importante tener en cuenta que se trata de una fuente inmensa de conocimiento, pero no de publicidad, hay que ser especialmente cauteloso a la hora de utilizar esta red como herramienta de comunicación para tu marca.

creative commons

Obra bien terminada a su autor alaba...

Poner nombre y apellidos a tu Creatividad en la Red te permite poder desarrollarte profesionalmente. Es el nuevo modelo de negocio que otros sectores económicos no han acabado de entender

EL MANIFIESTO CLUETRAIN

Las compañías han hecho una religión de su seguridad, pero esto no sirve de nada. La mayoría se protegen menos en contra de sus competidores que de su propio mercado y fuerza de trabajo. **(41)**

La propiedad intelectual en Internet es uno de los grandes caballos de batalla de la Sociedad de la Información de hoy en día. A nivel legal y técnico. Es verdad que hay piratería, desde luego y que muchos se enriquecen con la copia ilegal, pero también es cierto que Internet ha hecho levantar muchos negocios, los que han sabido actuar y responder, es el caso de la música y de otros contenidos..

Por otra parte ea web 2.0 ha traído la problemática de la propiedad intelectual a cualquier usuario que publica sus fotos en flickr o sus post en su blog. Fuera de la opción y opinión que seguramente tienes en Internet "hay que proteger tu obra" y por otra parte "conservar y respetar la propiedad de otros".

Creative Commons es una excelente herramienta que te permite poder articular tu "copyleft", según el uso que "dejes" que los usuarios hagan sobre tu obra. Por una parte regalas a Internet ese contenido pero siempre bajo unos usos, que en la mayoría de los casos debe ir asociado al autor.

Saca partido a Creative Commons :

- Estudia bien tu Creative Commons .
- Haz visible tu aviso legal en el blog.
- Amplia la seguridad en el contenido multimedia con marcas de agua y tamaños apropiados.
- Mira tus contenidos si han sido publicados en otros sitios web. Escucha a tu obra.
- Cuando escribas en otro blog o comunidad categoriza la licencia de tu contenido.
- Creative Commons también en documentos PDF, videos en YouTube y presentaciones con software como Slideshare y Prezi. Muestra en estos documentos el tipo de licencia CC.

Un buen libro es un tesoro, cada hoja un pan de oro...

Ya no tienes que ser escritor para escribir, ya no hay que contratar a una empresa especializada para que diseñe tus folletos, PDF lo conocemos desde hace mucho tiempo pero el 2.0 ha revolucionado este formato documental.

EL MANIFIESTO CLUETRAIN

Queremos tener acceso a tu información corporativa, a tus planes y estrategias, a tus mejores ideas y a tu conocimiento genuino. No nos vamos a conformar con tus folletos a cuatro colores, o con tu web sobrecargado de chucherías visuales pero con muy poca sustancia. **(64)**

Es imprescindible para una empresa disponer de contenidos PDF (portable document format/ formato de documento portátil) que contengan información tanto sobre esta como sobre temas de interés que puedan atraer a su público objetivo.

Hasta la era 1.0 esta tecnología se utilizaba para desarrollar los catálogos físicos.

El 1.0 permitió que dichos catálogos se colgaran en las webs de las empresas.

Con el 2.0 estos contenidos son indexables por los principales buscadores y pueden ayudar a las empresas al posicionamiento de su marca en internet.

Saca partido a AdobePDF:

- Desempolva tus folletos, busca plataformas como Scribd o Slideshare y utilízalas como un canal más en el que comunicar dicha información.
- Dale difusión a través de tus redes sociales, de tu página web, si lo haces bien pronto empezarás a ver que otras plataformas que se dedican única y exclusivamente a indexar PDFs te ayudarán a que los usuarios que andan buscando información relacionada con tu modelo de negocio te encuentren.

Hablando se entiende la gente...

El uso de medios sociales de terceros como facebook aumenta considerablemente la visibilidad y el posicionamiento de tu proyecto en la Red. Facebook es el Rey y no podemos dejarlo atrás...

EL MANIFIESTO CLUETRAIN

Las conversaciones entre seres humanos suenan humanas. Se conducen en una voz humana. **(3)**
Las empresas ahora pueden comunicarse con sus mercados directamente. Esta podría ser su última oportunidad si la desperdician. **(19)**

No todas las empresas y organizaciones tienen por que tener una página de Fans en Facebook. La respuesta a esta cuestión es bien simple. Si tus clientes o tus adprosumers están en facebook entonces sí es una buena estrategia. Por otra parte disponer de una página en la popular red social requiere cierta dedicación y tiempo, por ello es importante no abandonarla y disponer de cierto conocimiento y formación en las posibilidades de uso.

Las empresas españolas que despliegan marketing en medios sociales utilizan principalmente facebook para realizar branding, relaciones públicas, generación de leads e investigación de mercados. Pero las posibilidades son infinitas, pudiendo llegar a realizar venta on-line y sincronizar los comentarios de tus fans en tu propio website. Facebook además genera tráfico de calidad a tu web. Es una oportunidad de marketing on-line que no puedes perder.

Saca partido a Facebook:

- Crea un perfil, una página de fans, un grupo o una comunidad según tu objetivo.
- Las páginas de fans y los grupos están pensados para empresas
- Puedes hacer campañas de marketing desde un grupo, una pagina de fans o una comunidad
- Crea un dialogo constante y vivo. Dinamiza tu muro, entabla conversación. Sé creativo,
- Inserta tus videos de YouTube, tus fotos en flickr. El contenido multimedia enriquece
- Si lo utilizas desde tu perfil personal, utiliza las listas para segmentar el contenido que publicas.
- Asocia tu blog mediante RSS al muro, tus noticias, etc. Intenta generar tráfico a tu website
- Estudia tu estadísticas al menos una vez al mes.
- Asesórate con un buen consultor, la parte creativa y la integración es fundamental.

A buen entendedor pocas palabras bastan...

Al igual que otras redes sociales de terceros esta red aumenta considerablemente la visibilidad y el posicionamiento de cualquier proyecto en la Red. Si Facebook es el Rey Twitter es su paje.

EL MANIFIESTO CLUETRAIN

Los mercados son conversaciones.. **(1)**
Internet hace posible tener conversaciones entre seres humanos que simplemente eran imposibles en la era de los medios masivos de comunicación..**(6)**

Si Facebook es otra página web de la empresa, twitter es su mensajero. Sus creadores decidieron que para comunicar un mensaje sencillo, concreto y directo no debería ser necesario más de 140 caracteres, varias decenas de millones de usuarios confirman lo que estos visionarios plantearon.

Twitter ha creado un universo a su alrededor, no solo por sus usuarios, fieles a esta red , refrescando su estado más de 50 millones de veces al día sino también por aquellos que se aventuran a desarrollar herramientas para dar una mayor facilidad a su gestión o para analizar determinados parámetros en esta red.

¿Debes tener presencia en esta red? Para responder a esta pregunta al igual que en todas las redes sociales debemos hacernos una pregunta previa ¿cuál es el objetivo de mi presencia en redes sociales? ¿Potenciar ventas? ¿Branding? cualquiera que sea la finalidad no hay que olvidar que Twitter es quizás el máximo exponente del Manifiesto Cluetrain: Los mercados son conversaciones.

Saca partido a Twitter:

- Si eres empresa crea un perfil de tu marca atractivo para tu público objetivo y comunica información interesante para ellos., si tienes recursos y apoyas tu estrategia con perfiles reales de personas ésta será más exitosa, no olvidemos que las personas queremos hablar con personas y no con marcas.
- Se diferente, divertido, joven, fresco, creativo.
- No olvides que aunque el objetivo de toda empresa es vender, pero que en las redes sociales si tu público ve que hay un interés comercial detrás de tus perfiles perderán el interés. Deberás entonces ser muy sutil con tus estrategias comerciales.
- Aprovecha las herramientas que tienes a tu disposición, twittdeck, twitalyzer, twitter friends, search twitter, trendistic, filetwt, tweetstats...Hay muchas, muy sencillas de utilizar solo debes encontrar aquellas que más se adapten a tus necesidades y objetivos.

No sólo hay que ser bueno sino demostrarlo...

Las redes sociales profesionales como LinkEdin, XING,Viadeo u otras verticales representan una oportunidad excelente para dar visibilidad a la persona. Tu CV ha cambiado de forma!

EL MANIFIESTO CLUETRAIN

En los mercados interconectados como entre empleados intraconectados, la gente utiliza nuevas y poderosas formas de comunicación. **(8)**
También somos los empleados que hacemos funcionar sus empresas. Queremos conversar directamente con los clientes con voz propia, no con trilladas escritas en un guión frases trilladas escritas en un guión. **(65)**

Las redes sociales profesionales han revolucionado también Internet. En nuestro entorno han ayudado por ejemplo al desarrollo y aceleración del concepto de networking entre las PYMES y mandos intermedios de las empresas españolas. Hasta hace poco esta posibilidad de conexión era un coto reservado a los altos directivos. Por otra parte las redes virtuales de entorno profesional son un excelente medio para promoción de emprendedores, freelances y evidentemente proyectos empresariales y campañas de marketing. Son muchas y diferentes razones que motivan a una persona a darse de alta en este tipo de redes sociales: algunos buscan contactos profesionales para cambio de trabajo, otros quieren seguir en contacto con antiguos compañeros de trabajo y otros, los más comerciales, utilizan este tipo de redes para promocionar sus productos directamente, normalmente empresas de servicios, comerciales o profesionales de la consultoría. Fundamentalmente una red profesional como Linkedin ayuda al profesional/trabajador, sea cual sea su posición actual laboral, a promocionar su carrera profesional y darse a conocer. Ya no existe el Cv en papel donde siempre está anticuado, ni tampoco el concepto "*Trabajo en esta empresa*" sino "*Me llamo... y ahora estoy trabajando aquí, pero también aquí, aquí y aquí. Contacta conmigo*".

Saca partido a las redes profesionales:

- Da visibilidad a tu carrera y formación. Actualizar constantemente tu red.
- Busca redes sociales verticales según tu sector. Comunidad Hosteltur es una de ellas, en el Turismo.
- Busca a tus clientes, haz tu propio marketing one-on-one. Crea tu CRM en la red virtual.
- Fomenta la red profesional en tu empresa o departamento. Tú como pieza de una empresa.
- Utiliza las posibilidades de *comunidad* en la red profesional. *Dialoga* con tu red.
- Las redes profesionales son un excelente recurso para campañas de marketing, los grupos.
- Participa en las recomendaciones, pero sólo de aquellas personas que realmente conozcas.
- Segmenta a quien envías inmails en la red. ya existe el concepto *Spam en redes sociales*
- Utiliza interacciones como slideshare y RSS para blogs. Tus contactos sabrán que publicas
- Cumple las políticas de uso del entorno. En las redes profesionales es vital este punto.

Cortesía y bien hablar cien puertas nos abrirán

Un blog es la piedra angular de una estrategia en Social Media. Es una manera de romper las limitaciones de una página web, de contar todo aquello que interese a tu público y de interactuar con estos generando una comunidad.

EL MANIFIESTO CLUETRAIN

Tanto en los mercados interconectados como entre empleados intraconectados, la gente utiliza nuevas y poderosas formas de comunicación.. **(8)**

Las redes sociales son conversaciones, pero ¿De qué hablo? ¿Cuál es mi fuente de contenido?
Un blog es una buena herramienta para:

- Posicionar tu marca en internet de una manera diferente
- Ayudar a posicionar tu web
- Generar conversación e interactuar con tu público
- Detectar las necesidades de tus clientes

Esta herramienta se debe utilizar como la principal fuente de información de tu estrategia en redes sociales la información que se transmita no debe ser puramente comercial, debe tratar información relevante para el cliente y ayudar a este a entender más a fondo todos tus valores y atractivos, en definitiva transmitir porqué debe elegirte a ti frente a tus competidores.

Saca partido a Tu Blog:

- Blogger y Wordpress son las principales plataformas para crear un blog. Blogger es más limitado pero más sencillo de utilizar. Wordpress es algo más complejo (no mucho más) y las posibilidades son sin duda mucho más ilimitadas.
- Busca un buen diseño y adáptalo a tu imagen de empresa en el caso de que se trate de un blog corporativo o bien a la imagen del modelo de comunicación que quieras llevar a cabo.
- Hazlo lo más interactivo posible, da facilidades a tus lectores para encontrar o compartir “ese post que tanto le gusto”.
- Trata de generar un contenido tan interesante que tus lectores quieran recibir más información, bien por RSS o por suscripción vía e-mail.

Intégralo en tu estrategia en redes sociales, nutriéndolo con tus videos, tus fotos y comunicando las novedades a través de tus perfiles en redes como Facebook y Twitter.

Ning™

Cuando hay fruta en la puerta hay amigos en la huerta...

Si realmente queremos generar una comunidad este tipo de herramientas son las más adecuadas. Otra forma de entender la fidelización de clientes.

EL MANIFIESTO CLUETRAIN

Para hablar con una voz humana, las empresas deben compartir las preocupaciones de sus comunidades. **(34)**
Pero primero, deben pertenecer a una comunidad. **(35)**

EL sueño de toda empresa es generar una comunidad de usuarios propia, fieles a la marca, que participen en la creación del producto, que les alerten cuando están haciendo algo mal, que les apoyen altruistamente como verdaderos Adprosumers;

- AD: Anunciando a su círculo las bondades de la marca.
- PRO: Produciendo información respecto a la marca.
- SUMER: consumiendo todo aquello que la marca propone.

Ning es una buena opción para generar comunidad si la empresa no dispone de recursos para desarrollar una propia.

En abril de 2010 Ning anunció que cerraría todas las comunidades que estuvieran basadas en dicha plataforma de forma gratuita pasando a soportar solo aquellas cuentas de pago y dando la opción a los anteriores de migrar a la fórmula de pago. En el entorno 2.0 es imprescindible tener en cuenta este factor, por ahora la gran mayoría de las herramientas son gratuitas pero no olvidemos que son desarrolladas por empresas y como es lógico el fin de éstas es ganar dinero.

Tras este anuncio que hizo temblar a muchas empresas que basaban sus comunidades en dicha plataforma surgieron otras como GNOSS que permiten importar el contenido de otras comunidades.

Saca partido a tu comunidad:

- Quizás sean las herramientas 2.0 que más dedicación requieren, es imprescindible disponer de un community manager que se ocupe de dinamizarla y de establecer unas pautas de comportamiento.
- Utilízala para conocer a tus clientes, detectar sus necesidades, proponerles nuevos servicios, en definitiva... ¡Para fidelizarles!

A médico confesor y letrado hablarle claro...

Aplicaciones como Slideshare que permite incrustar tus obras en otras webs son excelentes herramientas para distribuir y compartir conocimiento.

EL MANIFIESTO CLUETRAIN

Aunque esto asusta mucho a las empresas, también dependen en gran medida de estos intranets abiertos para generar y compartir conocimientos críticos. Necesitan resistirse a la tentación de "mejorar" o controlar estas conversaciones..**(47)**

Visualizar una presentación de diapositivas en tu sitio web, mediante la funcionalidad mashup que tiene Slideshare. Suena rápido pero las utilidades son numerosas: Permite mostrar presentaciones sin necesidad de transportar dispositivos de almacenamiento: la presentación se puede ver desde cualquier PC simplemente abriendo una pagina Web. Es más fácil compartir una presentación de trabajo con otros colegas y sobre todo con los usuarios de tu sitio web. Otra funcionalidad importante es que puedes disponer de tu propio sitio en slideshare, permitiendo una gestión de tu propio conocimiento que compartes en la Red. Además permite almacenar presentaciones de tamaño alto, difíciles de enviar por correo.

Puedes además compartir publicaciones de manera privada, pudiendo utilizar la herramienta desde enlaces privados, creando por tanto una red de presentaciones para usos internos dentro de organizaciones o en relaciones cliente-proveedor.

Y como todo recurso de la web 2.0 y social media, permite suscribirte buscando y localizando contenidos sobre tus áreas de interés. Las presentaciones publicadas permiten realizar comentarios y sobre todo Slideshare es una excelente herramienta para posicionar tu marca y tu producto (SEO).

Existen otras soluciones en el mercado 2.0, como AuthorStream o incluso Prezi, que sobre un sistema de visualización muy creativo permite realizar presentaciones en el llamado lienzo infinito.

Saca partido a Slideshare :

- Utiliza la herramienta para buscar información de tus áreas de interés.
- Crea tu plantilla corporativa para tus presentaciones.
- Incrusta los contenidos en tu web o en tus post.
- Asóciale una licencia Creative Commons.
- Difunde tus contenidos por los medios sociales, como Facebook y Twitter.
- Fomenta aplicaciones como Slideshare dentro de tu organización.

How Sociable?

En la forma de coger la sartén se conoce al cocinero...

¿Para que sirve una gestión sin un control de esta? Esta herramienta te puede ayudar a controlar tu gestión en Social Media y a compararte con tu competencia.

EL MANIFIESTO CLUETRAIN

Los estilos administrativos de "control de mando", surgen de la burocracia y la refuerzan, de las luchas de poder y de una cultura general de paranoia. **(51)**
En general, ninguna de estas conversaciones va muy bien. Casi invariablemente, la causa del fracaso puede encontrarse en las ideas obsoletas de "control de mando". **(54)**

¡El final de nuestra estrategia 2.0 y el principio de la implementación de mejoras!
Howsociable al igual que muchas herramientas de medición de nuestra gestión son imprescindibles para medir cómo evoluciona nuestra estrategia tanto en relación a periodos anteriores como en relación a nuestra competencia.
Hay que tener en cuenta que en algunas ocasiones no son del todo precisas pero si que dan una idea evolutiva aunque no se ajusten a la realidad al 100%.
Howsociable, al igual que FriendFeed elige aquellos canales dónde tu presencia debe ser más potente y por lo tanto sirve como guía a la hora de decidir que herramientas y canales potenciar.

Saca partido a Howsociable y otras herramientas de medición:

- Elige las redes en las que te interesa estar.
- Detecta herramientas de medición para cada red.
- Elige a tu set competitivo y haz un análisis periódico con respecto a tus competidores.
- Establece periodos de análisis de tu gestión propia y controla tu evolución en cada canal.

Google Analytics

Dime con quien andas y te diré quién eres...

El marketing es una ciencia que debe ser gestionable. En Internet todo se puede medir. La mezcla es explosiva. Analizar quien y cómo visita tu web es fácil y debe ser básico para tu negocio en la Red.

EL MANIFIESTO CLUETRAIN

No hay secretos. El mercado en red sabe más que las empresas acerca de sus propios productos. Y ya sea que las noticias sean buenas o malas, se las comunican a todo el mundo. **(12)**

No te preocupes, aún puedes hacer dinero. Eso sí, mientras no sea lo único en tu mente. **(80)**

Existe un gran desconocimiento en el mundo empresarial sobre el comportamiento real de sus clientes en la Red. Muchos websites no disponen de sistemas de análisis incluso aunque estos son gratuitos, como Google Analytics. Si tu empresa dispone de este sistema seguramente elaboras informes de estadísticas que revelen el número de visitantes que ha tenido la web durante el mes pasado, la procedencia de las mismas, etc. La lectura de estos datos puede que nos haga aumentar nuestro ego corporativo *"Hemos subido un 30% en las visitas a la web"*, pero si somos sinceros , debemos reconocer que estos datos nos aportan una información de escasa utilidad.

Las empresas deberían combinar herramientas de análisis y medición para elaborar informes completos sobre el perfil y el comportamiento de los usuarios, con el fin de obtener datos y criterios que ayuden a determinar la estrategia empresarial en la web y en los medios sociales. El marketing en Internet se basa en conocer quien y como visita la web, como evoluciona su uso, y no sólo pensar en *atracción* a la web sino en *retención, fidelización y recomendación*. Y con Analítica Web podremos saber si estos objetivos en la Red se van cumpliendo.

Saca partido a Google Analytics:

- Estudia tu estadísticas al menos una vez al mes.
- Comprueba y estudia las palabras clave por las que los usuarios entran a tu website.
- Tus indexaciones en Google cuentan. Averigua cuantas tienes
- Comprueba el esfuerzo SEO realizado en tu sitio web.
- Analiza el tráfico generado desde medios sociales.
- Estudia por dónde salen los usuarios
- Estudia que secciones son más visitadas y cuales no
- Márcate goals
- Utiliza los apuntes
- Y si tienes un blog también usa Google Analytics...

A caballo regalado no le mires el dentado...

'Si los arquitectos diseñasen los edificios como los programadores diseñan programas, el primer pájaro carpintero en aparecer podría destruir la civilización'. (Gerald P. Weinberg)

EL MANIFIESTO CLUETRAIN

Nuestra lealtad es para con nosotros mismos -- nuestros amigos, nuestros nuevos aliados y conocidos, hasta nuestros compañeros de batalla. Las empresas que no juegan un papel en este mundo, tampoco tienen futuro. **(91)**

Joomla es un buen ejemplo de Opensource que queríamos explicar en este eBook con el pretexto de hacer llegar las ventajas de esta manera de acceder a aplicaciones internas dentro de tu empresa o de uso personal.

El uso de herramientas Opensource tiene las siguientes ventajas:

- Rapidez de puesta en marcha. En poco tiempo puedes tener funcionando un gestor de contenidos, un blog interno (con WordPress), un software de gestión de conocimiento (DouWiki), o un programa CRM (como CRM Sugar, por ejemplo).
- Economía inteligente, Software con bajo coste, ya que aunque tengamos la sensación de que es "gratis", el instalarlo, mantenerlo y sacarle provecho también su precio, pero si se realiza de manera inteligente mucho más bajo que una licencia comercial.
- Flexibilidad: al tener disponible su código fuente, los desarrolladores pueden aprender y modificar los programas a su gusto para realizar tareas específicas. Además, se genera un flujo constante de ideas que mejora la calidad de los programas.
- Fiabilidad y seguridad: al contar con unos cuantos programadores mirando el mismo trabajo simultáneamente, los errores se detectan y corrigen con anterioridad, por lo que el producto resultante es más confiable y efectivo que el comercial.
- Rapidez de desarrollo y evolución: las actualizaciones y ajustes se llevan a cabo por medio de una comunicación constante vía internet. Debido a la gran cantidad de herramientas y librerías disponibles, se requieren menores tiempos de desarrollo.
- Relación con el usuario: el programador puede definir mejor las necesidades reales de su cliente, y en consecuencia crear un producto específico para él.
- Libre: es de libre distribución, las persona pueden regalarlo, venderlo o prestarlo.
- Motivación y colaboración. Implantar en la empresa aplicaciones Opensource tiene un efecto de motivación en los empleados y relacionado con la cultura de innovación.
- Combate de manara muy efectiva la piratería de software, porque es muy probable que si en tu empresa o en tu ordenador personal haya una licencia comercial, ésta no sea original.

La prosperidad hace amistades, la adversidad las prueba...

Cada día hay más redes sociales y cada vez es más complicado gestionarlas. Esta herramienta permite establecer sinergias entre ellas para lograr una mejor eficiencia en su gestión.

EL MANIFIESTO CLUETRAIN

Cuando no estamos ocupados siendo tu "mercado objetivo", muchos de nosotros somos tu gente. Preferimos hablar con amigos en línea que estar viendo el reloj. Eso ayudaría a difundir tu nombre mejor que tu web del millón de dólares. Pero tú dices que hablar con el mercado le corresponde al departamento de marketing. **(86)**

Con esta herramienta puedes tener tus perfiles de del.icio.us, twitter, youtube, flickr entre otros.

Te ayuda también a seguir a varios perfiles de un solo usuario con lo cual se convierte en uno de los máximos exponentes de la conversación en Social Media.

Un valor añadido frente a otras redes es que también se puede asociar las "cuentas-marcadores" o "Bookmarks" con lo cual el hecho de seguir a personas que realmente te interesan ayuda a que sigas todo lo que leen y lo que guardan.

El objetivo de esta red es convertirse en la mayor fuente de conocimiento generado por recomendaciones de usuarios.

Saca partido a FriendFeed:

- Sigue a personas que realmente te interesen y nútrete de sus fuentes de información
- Genera contenido de interés para que otros usuarios te sigan con el fin de que, poco a poco conozcan cuáles son tus intereses, se interesen por tu marca y surjan interesantes sinergias entre ambos.
- Utilízalo como una fuente de "aquellas redes en las cuales debes estar. FriendFeed selecciona escrupulosamente cuales son aquellas dónde se genera un contenido más interesante.

Los borrachos y los niños siempre dicen la verdad...

Si Facebook es el Rey y Twitter es su paje Tuenti es el príncipe. Público español, joven, consumista y con ganas de divertirse y conversar.

EL MANIFIESTO CLUETRAIN

Hoy en día, las empresas que hablan el lenguaje del charlatán ya no logran captar la atención de nadie. **(16)**
Tener sentido de humor no significa poner chistes en el web corporativo. Requiere tener. **(22)**

Una curiosidad: Tuenti nació como "el Facebook español". El término "Tuenti" pretendía identificarse con Tu (id) Enti (dad), orientado a público de todas las edades. Cuando se empezó a utilizar esta red los primeros usuarios (nativos digitales) lo identificaron con una "castellanización" de la palabra inglesa "twenty" (esp. veinte).

Hoy día es una de las redes con mayor perspectiva de crecimiento, orientada a un público muy concreto. Es un ejemplo de un golpe de suerte en una estrategia de marketing mal entendida.

Saca partido a Tuenti:

- Aunque hay rumores de que se va a abrir a otro tipo de empresas por ahora esta red solo permite la creación de "Sitios" (similar a las Fan Pages de Facebook) relacionados con el ocio. Estos "sitios" no permiten la multitud de opciones que las Fan Pages de Facebook, hay que tener en cuenta que se trata de una red más joven y con menos recursos que el gigante norteamericano.
- ¿Cómo nos damos a conocer entonces a un publico tan atractivo y segmentado como el de Tuenti?. La mejor opción es utilizar un perfil real de persona física, que conozca el argot, los gustos y necesidades de la gente joven y que el producto sea atractivo para ellos.

No todas las empresas pueden triunfar en esta red pero aquellas que dispongan de un producto atractivo para el público de esta red y desarrollen una estrategia de comunicación impactante tienen gran parte del éxito asegurado.

delicious
social bookmarking

Jarabe de pico a muchos a ellos ricos...

Para luchar contra la infoxicación, que mejor herramienta que un gestor de favoritos y marcadores

No hay secretos. El mercado en red sabe más que las empresas acerca de sus propios productos. Y ya sea que las noticias sean buenas o malas, se las comunican a todo el mundo. **(12)**

Existen multitud de herramientas y "widgets" para del.icio.us , aunque podemos afirmar que hay una herramienta imprescindible para usarlo con comodidad: los Bookmarks.

Los bookmarks son enlaces para integrar en la barra de vínculos de los navegadores Mozilla, Explorer, Safari u Opera y acceder con un solo clic a una ventana para guardar páginas. Además, los usuarios han contribuido con una serie de hacks, aplicaciones para ampliar las posibilidades de del.icio.us

Tus favoritos y marcadores de sitios web ya no tiene sentido los *almacenes en local,* (en tu propio ordenador). A menudo cambiamos de equipos de sobremesa a portátiles, móviles, etc, perdiendo aquella lista de favoritos que tanto nos costó construir. También es común que nos pasemos enlaces entre compañeros, colegas, etc. Delicious como otras herramientas de bookmarking nos ayudará a gestionar esa inmensa información que vamos construyendo y que necesitamos indexa de manera lo más inteligente posible. Entre otros conceptos las direcciones las almacenas mediante tags, de esta manera podrás acceder a las diferentes direcciones según un tema (general o específico, tú eliges el detalle).

Delicious además de ser una excelente herramienta para la gestión y productividad personal es un excelente medio para compartir información, con otras personas, compañeros de trabajo o también los visitantes a tu sitio web.

Saca partido a tu delicious:

- Tagea apropiadamente. Tus tags : tus áreas de interés
- No tengas más de 50-75 tags, nuestro conocimiento no puede abarcarlo todo.
- Comparte tus direcciones. Es el alma de la web 2.0
- Mira los tags de las personas que lees sus blogs.
- Utiliza delicious dentro de la empresa. La Gestión del conocimiento.
- Crea widgets para publicar en la web las direcciones sobre un post, un trabajo, etc.

el Nuevo Manifesto de la web 2.0

El manifesto Refranero

@ToniMartinAvila

Los borrachos y los niños siempre dicen la verdad — tuenti

A buen entendedor, pocas palabras bastan — twitter

Los perfumes más sutiles, no se venden por barriles — MySQL

El hablar del Escorial, es muy largo de contar

A quien madruga, Dios le ayuda — Google

Hablando se entiende la gente — facebook

Aunque el mono se vista de seda, mono se queda — Windows 7

Por la noche, todos los gatos son pardos — match.com meetic

Cortesía y bien hablar, cien puertas nos abrirán — WordPress

Vieja gallina, hace un caldo cosa fina — <html>

No sólo hay que ser bueno, sino demostrarlo — LinkedIn

El saber no ocupa lugar — Wikipedia The Free Encyclopedia

En la forma de coger la sartén se conoce al cocinero — HowSociable?

Cuando hay frutas en la huerta, hay amigos en la puerta. — Ning

Obra bien terminada, a su autor alaba — creative commons

La prosperidad hace amistades, la adversidad las prueba — friendfeed

Bueno es tener amigos, aunque sea en el infierno — XING

Dime con quien andas y te dire quien eres — Google Analytics

Por la facha y por el traje, se conoce al personaje — 123people

Una imagen vale más que mil palabras — YouTube flickr

Un buen libro es un tesoro: cada hoja, un pan de oro — Adobe PDF

A médico, confesor y letrado, hablarle claro — slideshare

A caballo regalado no le mires el dentado — SUGARCRM Joomla!

Jarabe de pico a muchos ha hecho ricos — del.icio.us

creative commons BY NC SA

www.IT360.es
@ToniMartinAvila

hosteltur.com

e-COMUNICACIÓN PARA EL TURISMO DEL FUTURO

Hemeroteca Hosteltur

Especiales Hosteltur

eBooks Comunidad

Hosteltur TV

Comunidad Hosteltur

hosteltur · hosteltur.com · hosteltur TV · COMUNIDAD hosteltur.com · innova hosteltur

Consulte las tarifas de Hosteltur
Haga clic aquí

innOva

hosteltur°

creative commons

Este ebook se publica bajo licencia Creative Commons de tipo “Reconocimiento - No Comercial - Sin obra derivada”; se permite su copia y distribución por cualquier medio siempre que mantenga el reconocimiento de sus autores, no haga uso comercial de la obra y no realice ninguna modificación de ella. La licencia completa puede consultarse en http://creativecommons.org/

Antes de ClueTrain, antes de cualquier ordenador, de Internet, antes de que las personas se pudieran comunicar por sistemas de información, existía otra cultura, la de La sociedad de la información y la transmisión, donde en una inteligencia colectiva transmitida de padres a hijos, de trovadores a aldeanos, de maestros a alumnos iba creciendo el saber popular. En libros, en tradiciones, en fábulas, en experiencias. La tradición en la cultura española se puede estudiar en la música, en la literatura y también en los refranes. Cortos y sencillos, para aprender aplicar. Como la propia Internet.

Los autores de este ebook hemos querido trasladar las oportunidades profesionales que Internet nos está trayendo para desarrollar este nuevo marketing que ha entrado casi sin llamar a la puerta. Muchos temas son nuevos, el propio entorno evoluciona constantemente y por ello conocer las propias reglas del juego es importante para sacar el mayor partido. Hemos querido presentar estas herramientas bajo el paraguas de un refrán y de algunas puntos del siempre recomendado Clue Train. Centrando las herramientas sobre este tag de la Sociedad de la Conversación.

Esperamos disfrutéis con esta lectura y que os sirva para vuestro proyecto empresarial y desarrollo profesional. Es éste nuestro objetivo. Compartirlo con vosotros.